

Robo de Identidad: De hechos a mal hechos
10 Formas de Promover la
Semana Nacional de Protección del Consumidor 2005

Identity Theft: When Fact Becomes Fiction
10 Ways to Promote NCPW 2005

El robo de identidad es un delito serio. Las personas cuyas identidades han sido robadas pueden consumir meses o años – y gastar el dinero ganado con esfuerzo – arreglando el desastre creado por los ladrones de identidad en perjuicio de sus reputaciones y registros de crédito. Mientras tanto, las víctimas del robo de identidad pueden perder oportunidades de empleo, ver denegadas sus solicitudes de préstamo para educación, vivienda o automóviles, o hasta ser arrestados por delitos que no cometieron.

Este año, la Semana Nacional de Protección del Consumidor tiene como meta educar a los consumidores sobre el riesgo del robo de identidad y dotarlos con herramientas para proteger su información personal. Su organización puede planificar un número de actividades o eventos para transmitir estos importantes mensajes de prevención. Por ejemplo:

1. Produzca materiales propios de educación sobre robo de identidad o temas relacionados utilizando la información gratuita provista por la Comisión Federal de Comercio en su sitio Web www.consumer.gov/ncpw. La sección *Outreach Toolkit* le ofrece una carta modelo para el editor, un comunicado de prensa y un artículo para boletines informativos, como también un cuestionario para medir el conocimiento sobre este tema.
2. Coloque el logotipo de la Semana Nacional de Protección del Consumidor 2005 en el sitio Web de su organización. También puede solicitarle a las organizaciones y negocios de su comunidad que coloquen el logotipo y el enlace del sitio Web de la Semana Nacional de Protección del Consumidor en sus propios sitios electrónicos.
3. Comuníquese con organizaciones locales que estén ubicadas en áreas de gran concurrencia y circulación dentro de su comunidad y pídale que exhiban el afiche de la Semana Nacional de Protección del Consumidor y que distribuyan información relacionada a la misma. Las bibliotecas, centros comunitarios, centros comerciales, gimnasios, tiendas de comestibles, lugares de culto, centros para personas mayores o retiradas, salas de espera de hospitales y tiendas de alquiler de videos y DVD son buenos lugares para este propósito.
4. Convoque un foro, seminario o taller en su comunidad para hablar sobre los numerosos aspectos del robo de identidad y la manera en que impactan cotidianamente a los consumidores. Las colaboraciones entre las organizaciones del sector público y el sector privado como así también el trabajo conjunto con organizaciones sin fines de lucro son altamente efectivas.

5. Envíeles a las organizaciones locales el artículo modelo para el boletín informativo contenido en la sección *Outreach Toolkit* y pídale que lo ayuden a promover y anunciar la Semana Nacional de Protección del Consumidor en sus publicaciones.
6. Planifique una conferencia de prensa para anunciar que su agencia está participando en la Semana Nacional de Protección del Consumidor. Esto le brindará la oportunidad de hablar sobre las iniciativas educativas que está implementando como parte de la Semana Nacional de Protección del Consumidor.
7. Comuníquese con las estaciones locales de televisión, radio o televisión por cable para conceder una entrevista o realizar una mesa de discusión sobre el robo de identidad.
8. Comuníquese con su estación de radio local y pídale que utilicen los guiones de anuncios de servicio público (*PSAs*) recomendándoles que hagan grabar los anuncios por personalidades de la radio para promover la Semana Nacional de Protección del Consumidor.
9. Trabaje con grupos locales en comunidades en las que inglés no es primera lengua para que le ayuden a traducir la información a otros idiomas. Procure ayuda para que coloquen artículos sobre el Robo de Identidad en periódicos de idiomas extranjeros o colocando mensajes dentro de los recursos comunitarios de las guías locales.
10. No olvide mencionar y difundir la Semana Nacional de Protección del Consumidor entre sus amigos, familia, colegas y demás contactos. ¡La comunicación boca a boca es una herramienta muy poderosa!

###